

# Indice

<b>Introduzione</b>	<b>v</b>
<b>1. L'agenda setting come effetto dei media sul pubblico</b>	<b>3</b>
1.1. Il problema della rilevanza e l'influenza dei media, p. 3 - 1.1.1. Selezione e gerarchizzazione delle notizie e dei temi, p. 4 - 1.1.2. Il trasferimento di rilevanza come tipo particolare di influenza, p. 8 - 1.2. L'agenda setting come effetto cognitivo, p. 13 - 1.3. L'avvento delle 'issues', il potere dei media e l'agenda setting, p. 21	
<b>2. La ricerca empirica sull'agenda setting</b>	<b>28</b>
2.1. Come vengono effettuate le ricerche sull'agenda setting, p. 28 - 2.2. Due modelli di ricerca a confronto, p. 37 - 2.2.1. Rilevanza intrapersonale ed esclusione dei fattori intermediari, p. 38 - 2.2.2 Rilevanza percepita e inclusione dei fattori intermediari, p. 42 - 2.3. Il sostanziale ritorno dell'agenda setting agli effetti limitati, p. 48 - 2.4. Dal metodo alla teoria: alcune riflessioni su agenda setting e opinione pubblica, p. 54	
<b>3. Gli sviluppi dell'ipotesi dell'agenda setting</b>	<b>57</b>
3.1. La complessità delle conoscenze e la profondità dell'effetto di agenda setting, p. 57 - 3.1.1. Tre livelli di agenda setting, p. 57 - 3.1.2. Il diverso potere di agenda della televisione e della stampa, p. 61 - 3.2. Agenda setting e valutazione dei leader politici: il 'priming', p. 63 - 3.3. Il 'framing', p. 69 - 3.3.1. Il 'framing' come attribuzione di responsabilità, p. 73 - 3.3.2 Il 'framing' come seconda dimensione dell'agenda setting, p. 76	
<b>4. L'agenda setting come processo: l'agenda building</b>	<b>83</b>
4.1. L'agenda building come processo politico competitivo, p. 85 - 4.1.1. La promozione e l'espansione delle 'issues',	

p. 88 - 4.1.2. 'Issues', visioni del mondo, valori, simboli, p. 96  
- 4.2. Sfera pubblica, deliberazione e agenda setting, p. 101

<b>5. Arene e mezzi d'informazione nell'approccio sistemico all'agenda building</b>	<b>105</b>
5.1. Problemi sociali e arene pubbliche, p. 106 - 5.1.1. I problemi sociali e i loro cicli di attenzione, p. 106 - 5.1.2. Il modello delle arene pubbliche, p. 109 - 5.2. La comunicazione e il sistema dei media nell'agenda building, p. 113 - 5.3. I media nello sviluppo delle 'issues', p. 116 - 5.4. Chi determina l'agenda?, p. 122 - 5.4.1. 'Gatekeeping' e negoziazione, p. 123 - 5.4.2. Politici e media nella battaglia per l'agenda, p. 126	
<b>Bibliografia</b>	<b>131</b>